

政治信息的“微传播”^{*}

——以 2012 年台湾地区领导人选举中的网络传播为例

■ 莫莉 黄合水

【内容摘要】 历史上每一种“新媒体”的出现都在不同程度上改变了受众的信息接收习惯,也影响着政治人物的信息传播模式。在网络社交媒体迅速兴起的背景下,本文以 2012 年台湾地区领导人选举为研究对象,发现候选人的传播行为凸显了“微”特色。综合图文影音的多模态传播、凸显鲜活生动的个人形象、重视细腻多角度的微叙事将有助于信息的传递,但应注重内容本身,避免严肃政治信息的娱乐化演变。

【关键词】 政治传播; 新媒体; 微传播; 使用与满足; 部落

在媒介发展史上,每一种当时被称为“新”媒体和“新”传播工具的出现对政治传播的影响都不容小觑。近年来,随着信息技术的发展,很多国家的政治人物都开始利用网络媒体传播政治信息以构建自身形象并传递政见。在我国大陆地区,微博(Microblog)逐渐成为热门传播工具,得到政府机关和官员的青睐。截至 2012 年 9 月底,通过新浪认证的各领域政府机构及公职人员的微博达 50947 个。^①这在一定程度上推动了网络问政的发展,改变了政治人物与公众间的沟通模式。中国大陆政治微博出现的时间并不长,经验也相对缺乏。本研究拟以中国台湾地区为例,先梳理政治信息,特别是处于选举期间的政治信息传播形式及其随新兴媒体出现而演变的情况,再以 2012 年台湾地区领导人选举中政治信息的网络传播为个案,描述和探究其传播模式、原理、成效及利弊,不仅有助于中国大陆学界了解台湾地区政治信息的新媒体传播现状,促进两岸交流,也为大陆地区该领域的传播提供借鉴。

一、竞选中政治信息传播形式的演变

政治信息传播形式纷繁复杂,在不同的历史时期受新兴媒体的影响而发生变化。早期面对面的口语传播也被称为“树桩演讲”,候选人在人群密集的地方放一个树桩,站在上面面向公众高声宣传政治主张。口语传播在现代台湾选举中仍很常见。候选人在扫街拜票时或造势晚会中与公众面对面,在与选民握手时间

候致意来加强情感联系,在欢呼、音乐、旗帜、“当选”声中打动选民,巩固自己的拥护者。口语传播感染力强,但由于候选人可以传达的信息内容和所能到达的受众数量极为有限,传播的范围被大大限制。

口语所传递的信息转瞬即逝,纸张的发明和普及则让信息的记录变得便利:在台湾,各类报纸和杂志成为政治广告的重要传播媒介;政治宣传册和无署名传单被直接塞进民众的信箱。^②而物质的丰富使得承载政治信息的“沉默”载体日益增加:公车、地铁、户外旗帜或广告牌、甚至购物袋、帽子和笔等纪念品都成为信息载体而为政党及候选人团队所利用。通过平面媒体进行传播的内容具备可复制性且便于保存,因此不但扩大了受众群,而且给予受众重复阅读和了解信息的机会。

无线电广播技术带来了一对多的声音传播。在媒体尚未开放的时代,“地下电台”曾在台湾政治信息传播中扮演过重要角色。而在现代选举中,台湾政治人物更青睐音画俱备的电视传播:如民进党候选人陈水扁在 2000 年制作的“打黑金”系列广告将其粉饰为打击贪腐的正面人物;候选人也期望电视新闻和其他节目能给予其更多有利的报道,甚至做客收视率较高的娱乐节目以期其形象通过各类型传播渠道到达更多受众。在台湾参与过竞选的诸多政治人物都曾做客台湾有名的娱乐节目《康熙来了》。广播和电视等媒体覆盖范围广,并且对受众文化水平没有要求,能同时传递声音和图像以给受

^{*} 本文系国家社科基金项目“台湾政治广告研究”(项目编号:10BXW033)的研究成果。

众真实和亲近之感,形式多样的节目内容对受众也有着较强的吸引力。

20世纪90年代,利用Blog、TAG、SNS、wiki等社交软件进行信息交换和共享模式的实现意味着线上线下共振的网络时代的来临。台湾选举中候选人对网络的利用始于1994年的电子公告栏(BBS)。但在2008年以前,互联网在台湾选举中只处于辅助地位,以单向宣传为主。2008年之后的不少选举中,候选人都开始利用社交网站,经营虚拟社群。这些曾被视为非主流的社交网站,变成候选人串联选民、吸纳选票的工具。^③互联网媒体具互动性且价格低廉,传统竞选中的宣传和组织动员可以在这个平台上得以有效结合。此外,网络传播对于包括青少年在内的网民群体的动员作用不容小觑。因此,政治信息的网络传播在近年来发展飞快。

二、延伸的候选人——2012台湾地区领导人选举中的政治信息微传播

互联网媒体的最大局限在于要求受众拥有互联网设备并具备网络使用能力,而这个问题在台湾已渐渐得以解决。据台湾网络资讯中心调查,台湾2300多万人口中有1753万人为网络使用者。^④此外,智能手机和推送软件的开发更是推动了无线和移动上网人数的增加。

就受众来说,便携式的电子媒体超越了时间和空间,不但延伸了视听觉,甚至延伸了他们的中枢神经系统;对候选人而言,他们通过电脑和手机等媒体将其思维和形象延伸出去。候选人的信息与受众的感知通过细密的微媒体网络连接而彼此碰触。麦克卢汉曾说过的“媒介即人的延伸”正慢慢成为事实。由于社会上有无数“触角”,受众在接触海量信息时需要不断筛选过滤并对所需要的信息分析解构至细微处再加以接收,这种接收模式的形成使得政治信息走向“微传播”。在2012年台湾地区领导人选举中,候选人的传播行为在具备快速、即时等特点基础上,更凸显了“微”特色:依托微媒体来展现微内容,重视微叙事以表现微主体。

1. 展现微内容并进行微反馈——以民进党候选人的政治信息传播为例

达士(Anil Dash)将微内容描述为一种以短小形式发布的信息,它的长度受限于某个单一的主题,以及阅读数字内容所使用的软件和设备的物理技术条件。他预言在未来数年迷你大小的内容组块将成为互联网的自然习语。^⑤这种自然用语在台湾2012选举中

为候选人所利用。以民进党为例,候选人蔡英文在Facebook、twitter及Plurk上发布日记、分享链接、上传音频和视频、展示图片等微内容。这些看似单一、简单、细微的内容在横向上互为补充呼应,在纵向上则勾勒出她随时间推移的行为和变化,起到聚沙成塔的效应,展现出候选人的外部行为和政见,也反映了内在的风格和个性,从而演绎了声画音色并茂的候选人工作生活史(见表1)。

表1 蔡英文网络竞选传播的“微内容”

信息形式	刊载媒体	信息内容	信息时间
文字	Twitter	当年客家祖先渡海来台,开垦筑梦的美丽山线,发展出特殊的台湾客家风情。热闹而温暖的客家乡亲,亲切的展现了属于客家人的人文风貌。我感觉到我有更重大的责任,去实现大家的期待,我要生活在这块土地上的所有人都觉得:台湾有客家真好!	2011.12.25
	Facebook	嘉义市“公平正义铺满台湾”17张照片。	2012.1.13
图片	Facebook	《差一点点,没你不行》	2012.1.13
音视频	Plurk	你的钥匙篇——房价高涨让大家离“有一个家”越来越远。这次,你有机会改变自己的未来!蔡英文提升居住权益三政策。	2012.1.3
链接	Twitter	女性以往都扮演照顾他人的角色,总是站在人群身旁或后面,默默的支持着其他人。2012年,女性可以做更多的事情、肩负更多的责任,女性可以挑起重担。(链接至YouTube)	2012.1.3

通过智能手机、平板电脑等便携式“微媒体”,候选人可以随时随地发布信息,而受众也可了解候选人最新情况,并点击“分享”“转推”或“推荐”,“赞”或“喜欢”,进行“回复”或“评论”来与候选人进行“微反馈”,它优于传统反馈之处在于这并不要求受众大费周折到达某个现场、进行语言或肢体上的表现,而仅需要一次点击、一段评价、一个表情就可完成。当候选人针对某个回复进行反馈时,便形成了整个“微互动”过程。

2. 通过微叙事以表现微主体——以国民党候选人的政治信息传播为例

网络信息的一大特点是易复制和可分享,因此转发的“人气”高低成为信息传递是否成功的一个重要指标。但“人气”的争取并不容易,网络上的信

息大多在无法争取到受众的注意力后被海量的其他信息淹没。为了能激发受众阅听、评价和分享的兴趣,“微叙事”便跃然于受众面前。例如,微电影“爱情签证”故事将旅行、对话、内心独白的片段组合起来,用细微的元素叙述了一个简单的爱情故事。它摆脱说教式或硬性推销式的宣传,隐现了政治人物在任期间的政绩,同时也以一句“旅行,让我们找到回家的路”点出热爱台湾之情。它在播出后的三天内点击率就超过2万人,此后受到网民的转发和热议,点击率超过20万。

微叙事引人入胜,微媒体拉近了候选人和受众间的距离。候选人从来都不是单独的个体,无论是巡回演讲,还是出现在电视中,在民众看来这都是一个被无限放大并模糊和抽象化的政治人物图像。这个图像其实是个庞大的组织,包括候选人亲友、智囊团、办公室、代言人等等。图像传递的信息多为严肃的官方消息,真实的候选人在这个庞大的主体背后难以碰触也无法直面。而在2012年选举中,候选人在社交媒体上的传播则将“我”发挥到极致,将庞大的主体重新缩小为具体的候选人个人,使候选人和选民的交流仿佛再次回到口语传播时代。

以国民党候选人马英九在Facebook上的记录为例。在投票前半年中,马英九通过以第一人称书写,用极具个人风格的日记和图片从各个角度展现鲜活的候选人形象(见表2)。受众不但能了解他的工作和政见,而且还能了解他的感情,这些较私人化的信息使其形象不再冰冷和模糊,相比电视新闻和广告也更为随意和真实。候选人从庞大的组织中凸显并走了出来,像一位朋友与受众悉心交谈。可以说,候选人所书写的信息其实展现了个人化的“微主体”。

表2 马英九 Facebook 上微叙事表现的微主体

信息分类	内容	时间
施政行为	南台湾受到南玛都台风严重影响,我挂心乡亲们生活的状况,昨天当地雨势变小,我前往屏东了解当地救灾进度、住民安置及灾损情形。	2011.9.1
政见想法	台风过后,大家关心有关叶菜类贩卖价格上涨情形,相关单位应适时输出冷冻蔬菜,以平衡市场价格。	2011.8.30
情感触动	不久前情人节时,一位网友看到美青跟我的照片,留言说“好恩爱喔!可惜美青姐说过下辈子不嫁给马英九了。”我看完笑了好久,决定:一、下辈子不娶别的女人,看她嫁不嫁我;或下辈子我们互换性别,我嫁给她!	2011.8.20

(续表)

信息分类	内容	时间
生活爱好	我喜欢运动,是因为年少时深受父亲熏陶,因而养成长期运动习惯的经验,也深刻感受运动的好处。	2011.9.16
网民互动	大家早安!我知道许多网友习惯在网络上接受信息,所以特别在脸书上再次叮咛大家:做好准备,台风要来了!	2011.8.28
分享链接	“大声赞出来,台湾亮起来”的选前之夜的信息链接	2012.1.13

注:该表格的信息分类为作者划分,根据马英九 Facebook 上的内容整理。

三、台湾政治信息微传播的传播学原理及启示

1. 微传播的原因——针对青年群体的“使用与满足”

2012年台湾地区领导人选举中微传播的出现,是台湾移动网络技术和设备发展普及的背景下,候选人为适应受众媒体使用模式和传播规律的应对,也是借鉴美国选举中奥巴马的成功经验而采用的传播策略。更重要的是,这反映了台湾政党及候选人为争取青年选票而从传播的内容、渠道、形式方面力求这一群体的“使用并满足”。

2012年台湾地区领导人选举中,台湾新增120万初具投票资格的年轻“首投族”,主要集中于大学生中。相对其他年龄段诉求分散、投票意向不明的中间选民,青年选票诉求相对集中。学生及年轻知识分子是网络族群的主要成员。这个群体想要获取的资讯要贴近日常生活但又不至于太过严肃,他们有娱乐、社交,甚至逃避或消磨时间等多方面的需求,同时习惯碎片式的浅阅读,也偏好通过便携设备接收信息。政治传播中的“微叙事”“微内容”“微媒体”正是满足了这一群体的各方面需求。可视为“使用与满足理论”在网络时代中从内容到形式上的再延伸。

2. 微传播的形态——重返“树桩演讲”时代的部落

麦克卢汉曾预言电子媒介环境中人的重新部落化,认为电子媒介使世界缩小为一个村落。^⑥在网络环境中,个体可以组织或加入与自己观点相同的社群或部落。他们所进行信息交流的虚拟场所也可被认为曾是咖啡馆之类的公共领域。

这类社群的数量并不少,但由政治人物建立起来的“部落”却独具特色。首先,候选人是部落的核心,决定了部落讨论的议题。不同于在大众传播媒体上处于“被谈论”的地位,候选人在网络上主动传递信息。这就像是在口语传播时代,候选人站在树桩上与受众切实接触,高声演讲,声色俱备,情感颇

丰。人们在面对面的交流中,神态、声音、动作都细微而生动。而历经了上百年的宏大叙事和传播后,候选人利用新的技术再次回归并演绎了这种微传播。这是候选人用网络搭建的“树桩”,有着很强的主导性,用于塑造形象、建构议题和营造对话空间;其次,微互动使呈现多样化的反馈声音成为可能。在“树桩演讲”中,受众或鼓掌欢呼,或质问辱骂,或窃窃私语,或互相辩论。这样的即时互动在大众传播渠道中几乎难以实现,而在微互动中,“部落”中的村民可通过少量文字、一幅图片甚至一个符号表情做出反馈。尽管有学者对部落村民的同质化产生担忧:“新科技,包括网络,让人们更容易听到志同道合的言论,却也让自己更孤立,听不到相反的意见,仅仅由于这一原因,就种下了极端化的因子,对社会和民主都是潜在的危险”,^⑦但在2012年台湾地区领导人选举中,回复候选人信息的声音嘈杂多样,这种担忧似乎并未得到体现。

3. 政治信息微传播的利弊与未来

微传播让传者和受众双方受益。从政治人物的角度来看,这样的传播利于接触和影响年轻选民群体,并在受众间产生连锁效应;对选民而言,他们能了解候选人的生活、工作和政见,这有助于增加受众的政治知识,激发公众对政治的兴趣。然而,此次选举中又呈现出传播上的不足:在各自“部落”中设置议程和传播信息的候选人缺乏真正意义上与选民及其他候选人的互动——几乎没有针对受众的留言和回复作答复;在网络上各自为阵的候选人基本未涉足其他候选人的圈子。并且,候选人以塑造形象和传递情感为主,对议题的讨论相对较少,具有争议性的议题更是凤毛麟角。

政治人物在微传播中重形象而轻议题,重单向传递而轻互动讨论的现象不难理解:一方面,微小的信息容量使议题的阐述缺少必要空间,社交网络所针对

的受众偏好软性消息,在东方文化中重视人情的社会更倾向通过情感联系形成朋友圈来获得支持,等等;另一方面,理性选民的培养、公众政治效能感的激发需要给他们更多了解和讨论议题的机会,而非营造“全民欢聚”的场景、建立“人情圈子”的团体。如果不能凸显信息本身与受众的联系和重要性,那么政治信息可能与其他的娱乐、八卦等消息沦为一体,即使影响受众的认知,也很难真正影响受众的态度和行为。此次台湾选举中最终登记参选的“首投族”仅76.8万人,占有首投族的64%,可见接收信息和改变行为之间还有很长一段距离。

微传播的利弊所在对大陆地区的政治传播也有所启示:过于宏观的内容让人感觉庞大而无从把握,信息因为微小而具体,人物因为微小而真实,渠道因为微小而便捷。综合图文影音的多模态传播、凸显鲜活生动的个人形象、重视细腻多角度的微叙事将有助于信息的传递,同时,与受众一定程度的互动也有助政治人物与受众间保持联系、拉近距离从而使传播取得更好的效果。但在采取生动的形式同时,也应注重内容本身,避免政治信息的娱乐化演变。

以博客和微博客为主的网络传播无论是内容、形式、渠道均以微见著。微传播的出现与技术的发展不无相关,同时反映了受众,特别是网民对具有口语传播时代特色的“真实接触”的渴求,是受众在自我主体意识激发下对平等传播、互动交流的期待。在选举结束后,台湾主要候选人仍继续使用社交网络,这与选举结束后就悄然荒废的竞选主页相比,显示出更强的延续性。可以预见,随着网络技术的进步、便携式网络设备的不断更新、网民数量的增加和上网能力的增强,微传播将在以后为越来越多的政治人物所使用。而微传播的效果如何?如何在保持轻松形式的同时传递严肃的信息以激发其公民意识和责任感?这些都是值得继续探索的问题。

注释:

① 见《北京日报》2012年10月30日。

② 郑自隆《竞选传播与台湾社会》,扬智文化2004年。

③ 李秘《组织传播:台湾网络竞选的模式与策略》,《台湾研究集刊》,2011年第4期。

④ 见台湾网络资讯中心,http://www.twinc.net.tw/NEWS/1808.pdf。

⑤ 黄鸣奋、谭雪芳《论泛网络时代的微艺术》,《厦门大学学报(哲学社会科学版)》,2011年第4期。

⑥ [加] 马歇尔·麦克卢汉(McLuhan, M.):《麦克卢汉精粹》,何道宽译,南京大学出版社2000年版,第377页。

⑦ [美] 凯斯·桑斯坦《网络共和国》,黄维明译,上海人民出版社2003年版,第43页。

(作者莫莉系厦门大学新闻传播学院2010级博士研究生;黄合水系厦门大学新闻传播学院教授)

【责任编辑:潘可武】